

# MANARA

FIGURINES EXCLUSIVES DE COLLECTION

Xenia 20



© Manara. Les vignettes utilisées sont © SEPM © Les Humanoïdes Associés S.A.S. - Paris

Ne convient pas aux enfants de moins de 14 ans  
FABRIQUE EN CHINE



Altaya

[www.altaya.fr](http://www.altaya.fr)

# Milo Manara



## **éditeur**

Ediciones Altaya, S.A.  
Avda. Diagonal, 545  
08029 Barcelona

## **président**

Roberto Altarriba

## **directeur général**

Mauricio Altarriba

## **responsable de produit**

Charlotte Saigne

## **réalisation**

Sintagma Creaciones Editoriales S.L.  
C. Tuset, 19, 4º, 3ª  
08006 Barcelona, Espagne

## **directeur**

Jordi Altarriba

## **coordination éditoriale**

Mireia Ferrer, Guillermo Rodríguez

## **assistants d'édition**

Emma Lladó, Xavier Verdaguer

## **conception graphique**

David Guerra Estudio, Ramon Julià

## **textes**

Jaume Vidal

## **édition**

Carmen Soler

## **illustrations**

© Manara, *Les Yeux de Pandora* ;  
Les Humanoïdes Associés S.A.S. - Paris

Les vignettes illustrant les articles sont  
(sauf mention) :

© Manara, SEFAM,  
Les Humanoïdes Associés

## **photogravure**

Unigraf (Barcelone)

## **impression**

Rotocayfo (Barcelone)

Impreso en Espana - Imprimé en Espagne

© 2007, Ediciones Altaya, S.A.

## **distribution**

Pour la France

NMPP

Pour la Belgique

AMP rue de la Petite-Ile, 1

1070 Bruxelles

Tél. : (02) 525 14 11

Pour la Suisse

Naville 38-42, avenue Vibert

CH - 1227 Carouge - GE

Tél. : (022) 308 04 44

Pour le Québec

Messageries Benjamin

9600 Jean Milor Ville Lasalle

Québec H8R 1X7 Tél. : (514) 364 1780

## **ventes**

Depositaires et diffuseurs de presse

Pomévente

## **abonnement**

Pour vous abonner à une collection :

[www.altaya.fr](http://www.altaya.fr)

Ou par courrier :

Data Base Factory

90, bd National

92258 La Garenne-Colombes Cedex

Téléphone réservé aux abonnés :

08 92 23 15 25 (0,34 € min)

(de 8 h 30 à 17 h 30 du lundi au vendredi)

Pour commander un numéro ou payer  
vos factures d'abonnement, contactez le  
service clients :

[www.mcollection.fr](http://www.mcollection.fr)

## **administration, marketing, édition**

Éditions Cobra

18-22 rue des Poissonniers

92200 Neuilly-sur-Seine

## **directeur**

Cyrille Prévost

## **marketing**

Eve Boulan-Périvier

## **édition**

Marie Renault

## **adaptation**

Catherine Hardy

## **traduction**

Michel Beauvais

Dépôt légal : à parution

Dépôt en Espagne : B.30204-2007

Le prix de ce numéro comprend le prix du fascicule et  
celui de la miniature. Miniature pour collectionneurs  
adultes, ne convient pas aux enfants de moins de 14 ans.  
Toute reproduction, même partielle, de cette publication  
est interdite sans l'autorisation préalable de l'éditeur. Tous  
droits réservés. Cette publication ne peut être prêtée,  
revendue, louée ou utilisée à des fins commerciales.

Les quatre pages centrales et détachables  
du fascicule sont extraites d'une BD  
de Manara. Au fil des numéros de la  
collection, vous pourrez reconstituer  
ces œuvres dans leur intégralité.



## IVRESSE

« Tout homme est comme la lune : avec une face sombre qu'il ne montre à personne. » On doit cette maxime à l'un des écrivains préférés de Milo Manara, Mark Twain, dont l'esprit satirique a su mettre en évidence la cruauté humaine de son époque. Dans son travail graphique, Manara assume pleinement l'influence littéraire de l'auteur des *Aventures de Tom Sawyer*, œuvre réaliste et pleine de mordant. Le dessinateur s'attache en effet à montrer le côté le plus sombre de l'homme, le visage caché de ses misères.

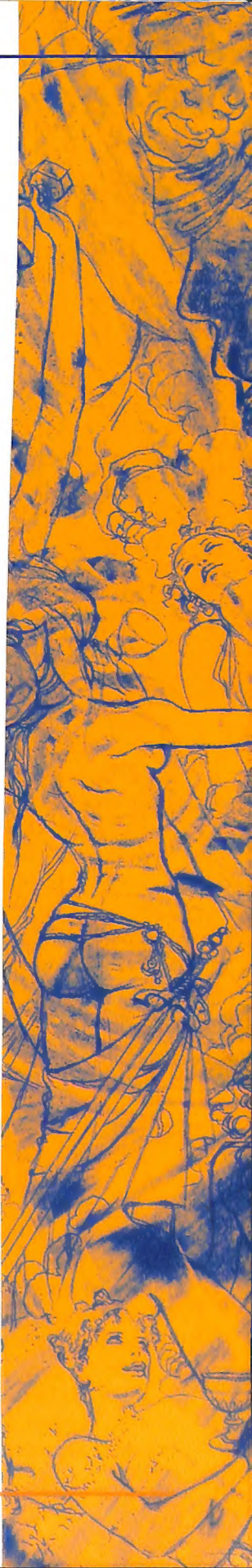
Dans ce contexte, Manara plaide pour la libération sexuelle qui, à ses yeux, est synonyme de libération de l'homme. Il est toutefois conscient qu'il est impossible de faire disparaître du jour au lendemain des siècles de répression, de désirs maintenus dans la clandestinité, de tabous et de préjugés bien ancrés. Beaucoup de ses histoires se déroulent au moment de cette période agitée de transition, dans les années 1960.

Les personnages de Manara (hommes et femmes) semblent enivrés par cette profonde transformation qui a débuté à la fin du siècle dernier. Toute ivresse entraîne un trouble des sens qui, chez les personnages de Manara, prend très souvent la forme d'une perturbation surréaliste. Il s'agit de personnages troublés, passionnés, audacieux et excités, devenus fous. Tel est le cas de Lucius, le personnage principal de l'ouvrage le plus célèbre d'Apulée, *L'Âne d'or*, qui fut écrit au II<sup>e</sup> siècle ap. J.-C.

Le caractère passionné du jeune homme et son goût immodéré



Sous la lumière de la pleine lune voilée par un épais brouillard, une femme semble hypnotisée par la beauté du paysage nocturne, où apparaissent un château en ruine et l'ombre d'une menace.



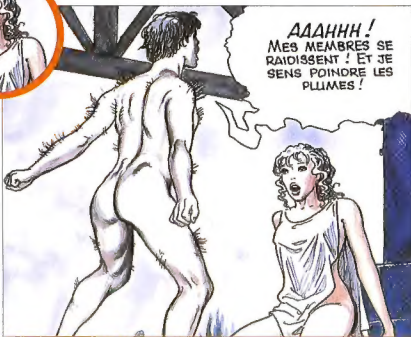


pour la magie vont le conduire à être transformé en âne. Manara s'est inspiré librement de cette histoire dans *La Métamorphose de Lucius*, publié en 1999.

Manara lui-même et son alter ego Giuseppe Bergman connaissent également cet état d'ivresse. Sous l'effet d'une drogue, Bergman, dans l'album *Le Maître de Venise*, rêve d'une histoire surréaliste où se mêlent sexe et violence. Et l'album se termine par cette phrase inquiétante : « Son ivresse est triste ». Cette ivresse, profonde et déconcertante, n'est pas provoquée par quelque chose d'agréable (apparemment, une drogue) mais résulte d'une réflexion sur le sens de la vie. Bergman décide de chercher le sens de la vie, de sa vie, il s'enivre d'aventures. Il a besoin d'échapper à la réalité quotidienne pour se sentir vivant. Son ivresse est triste mais nécessaire pour lui permettre de continuer à avancer. Parallèlement à cette quête au caractère épique, où pour chercher le sens de la vie il faut perdre la raison (du moins la « raison » que l'on nous impose), Manara construit d'autres personnages dont l'état d'exaltation

*Dans Le Maître de Venise, Giuseppe Bergman prend une drogue qui lui fait faire un étrange cauchemar, plein de sexe et de violence. Son ivresse n'est pas joyeuse.*

*Lucius paie cher son obsession de la magie. Mû par son irréplicable envie de se transformer en oiseau (symbole de la liberté), le héros de La Métamorphose de Lucius s'enduit le corps de pommade. Mais ce n'est pas la bonne. Il s'aperçoit alors avec effroi qu'il s'est métamorphosé en un vulgaire âne (symbole de l'esclavage).*





est plus agréable puisqu'il est lié au sexe. De quoi est-il question en effet dans *Le Parfum de l'invisible*, bande dessinée piquante et érotique publiée en 1985 (suivie d'un deuxième tome dix ans plus tard) ? Dans cette histoire, Manara met en scène l'un des désirs les plus inavouables de l'homme : devenir momentanément invisible pour se glisser dans la salle de bains d'une jolie femme. Qui n'a pas rêvé de voir, sans être vu et en toute impunité, l'être désiré se déshabiller totalement ? Les rêves devraient-ils être toujours décents ?

Pour en revenir à Mark Twain, il y a toutefois une frontière fine et ténue que Manara n'a jamais franchie. Il n'a en effet jamais succombé au pessimisme profond que fut celui de l'écrivain américain à la fin de sa carrière. Manara cherche le côté le plus sombre de l'homme mais, en même temps, le met en présence de son côté le plus optimiste. Manara ne cède pas, ne se soumet pas. « Son ivresse est triste », mais, avec de la chance, le réveil peut être agréable.



Dans *Le Parfum de l'invisible*, Manara a imaginé une histoire à partir de l'un des rêves érotiques les plus courants, commun aux hommes et aux femmes, qui consisterait à devenir invisible pour pouvoir voir, en toute impunité, l'être désiré se déshabiller.



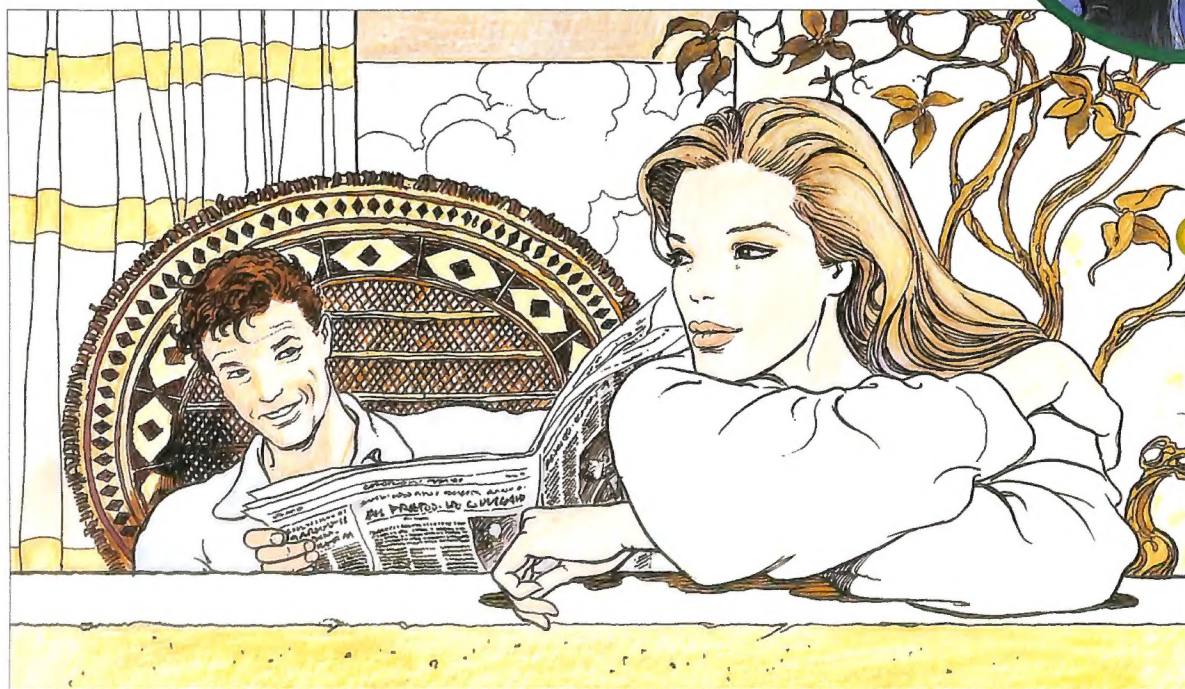
## JEUNESSE

Aujourd'hui, la jeunesse constitue l'une des qualités les plus prisées de nos sociétés. Dès l'enfance, nous sommes plongés dans une société de consommation machiavélique obnubilée par la beauté et la jeunesse ; elle nous incite à profiter pleinement de cette dernière car la vieillesse nous guette. Au-delà de trente ans, on est en effet désormais considéré comme vieux.

Les filles de Manara sont belles et jeunes. Leurs traits, mais encore plus leur vitalité et leur inexpérience, leur vulnérabilité et leur tendresse, en témoignent. Mais qui peut donner un âge aux femmes que dessine Manara ? Elles n'en ont pas. Les filles de Manara ont l'âge que toutes les femmes voudraient avoir : un âge indéterminé, un âge auquel personne ne prête attention. De nos jours, la question de l'âge est devenue une obsession, et les femmes, qui doivent toujours paraître épanouies, subissent en permanence cette pression. L'éllixir permettant de rester éternellement jeune n'existe pourtant pas, malgré les campagnes publicitaires qui ne cessent de nous le faire croire. La beauté des jeunes filles de Manara est naturelle, sans aucun artifice. Elles ne sont pas passées par les salles d'opération de chirurgie esthétique. Elles sont coquettes, elles savent s'habiller et se coiffer avec goût, mais elles ne semblent pas préoccupées par le temps qui passe. Grand spécialiste de la communication, Manara dessine des femmes qui plaisent au public féminin :

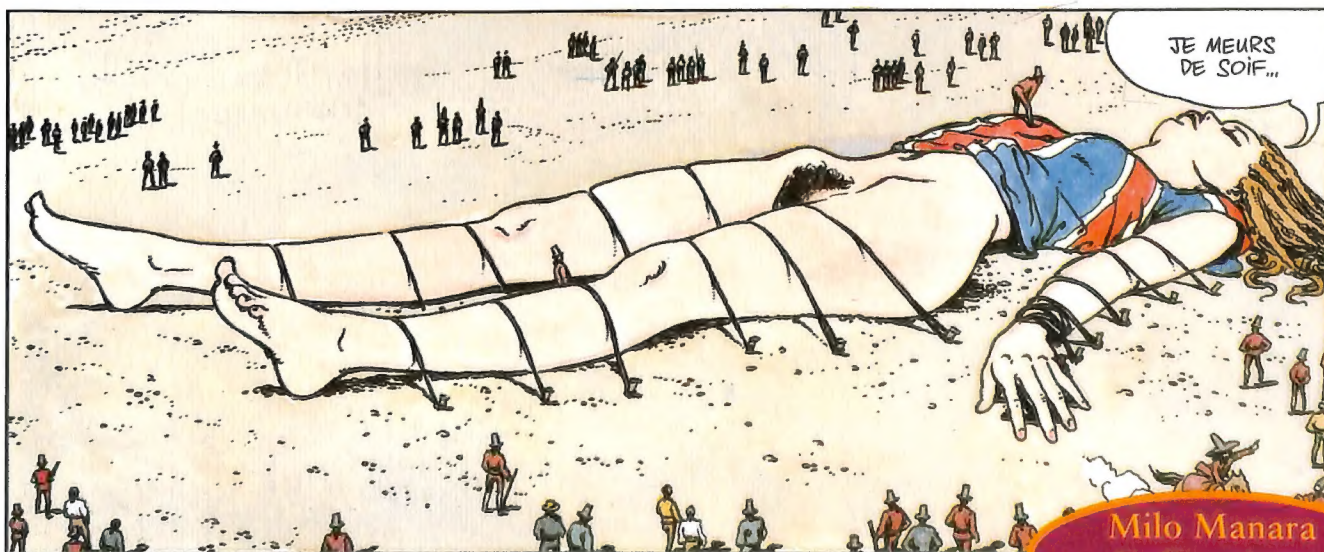
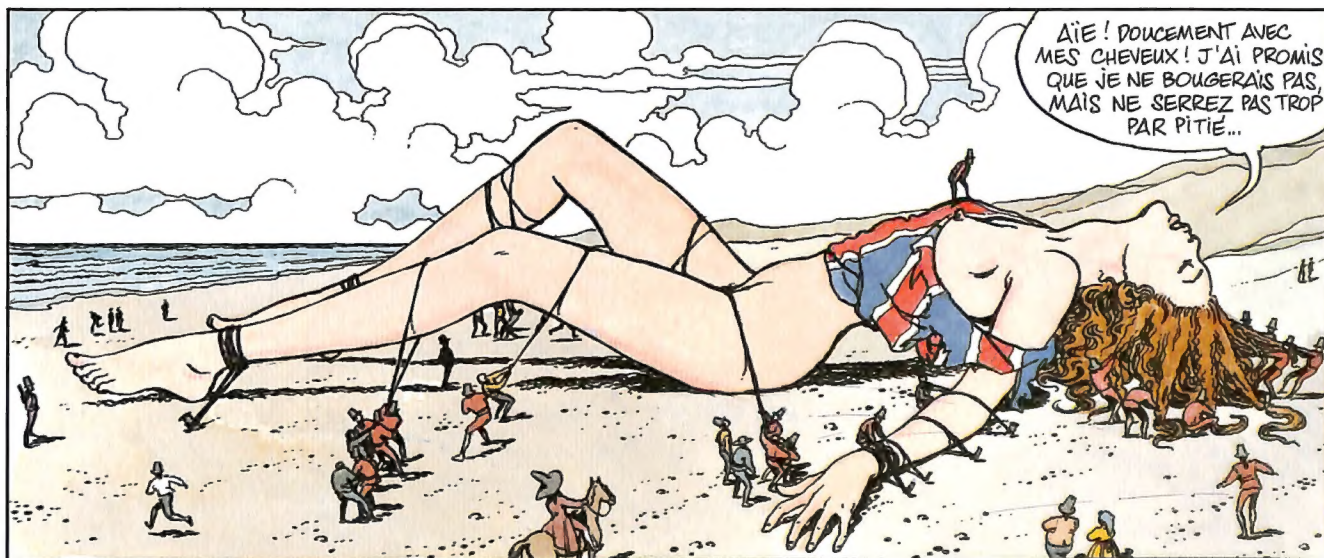
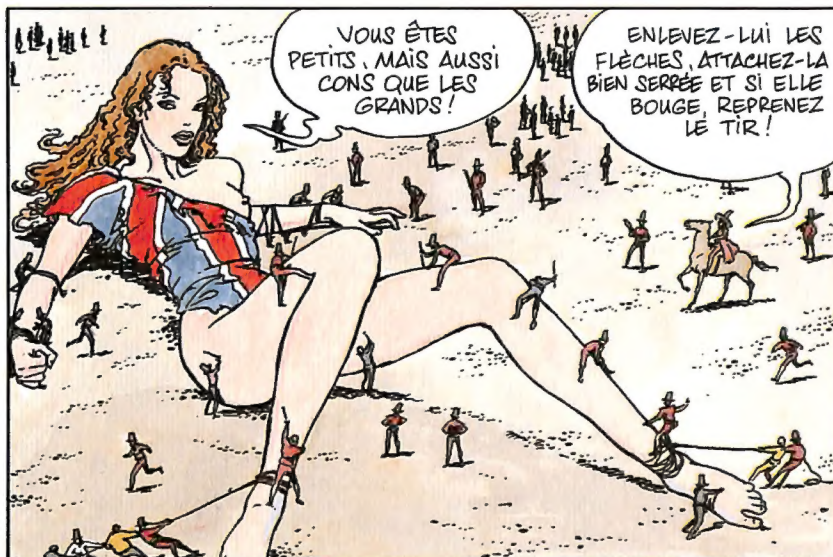


*Giuseppe Bergman est si pressé d'arriver Dieu sait où qu'il laisse sur la route cette belle auto-stoppeuse.*

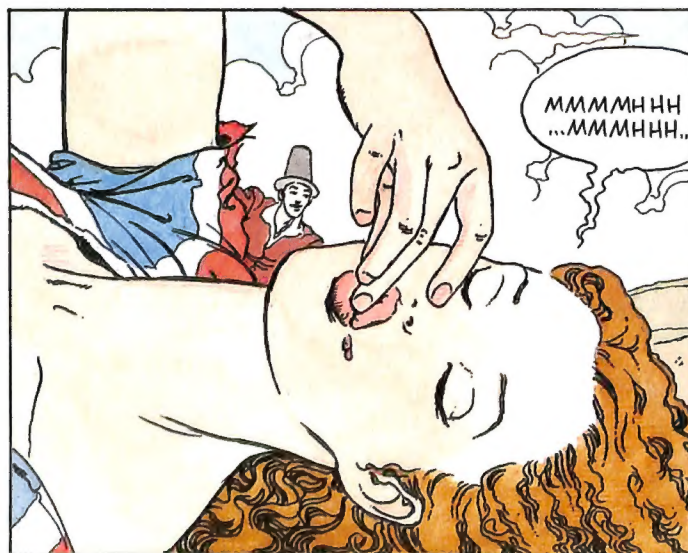
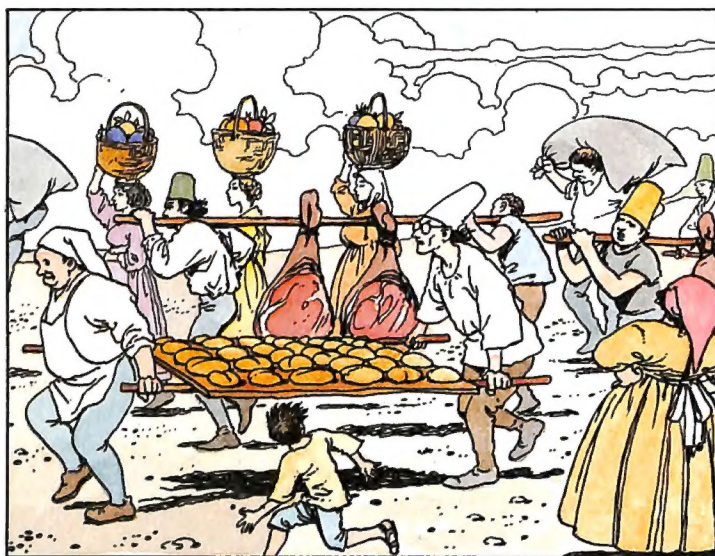


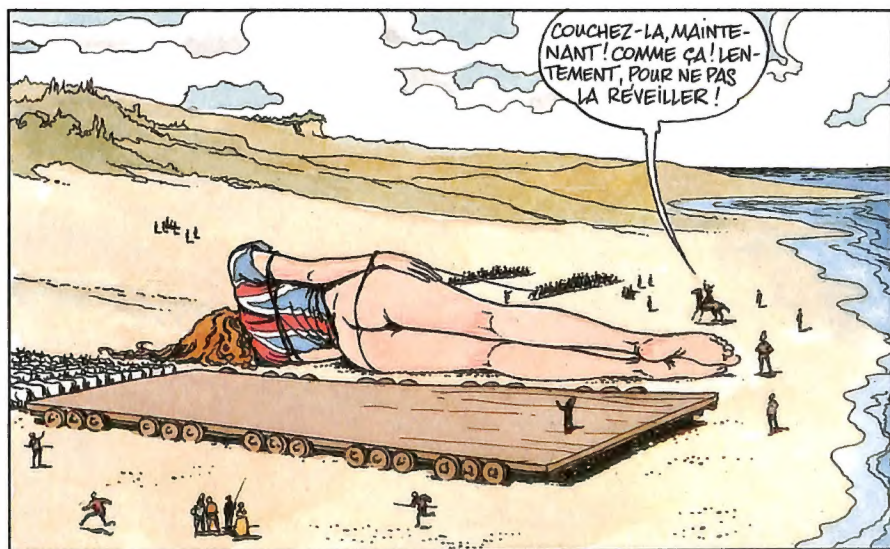
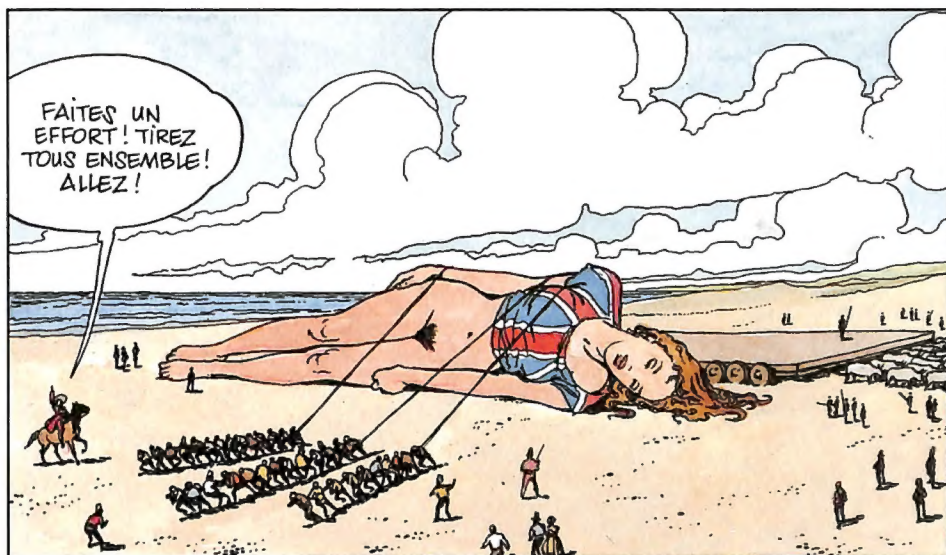
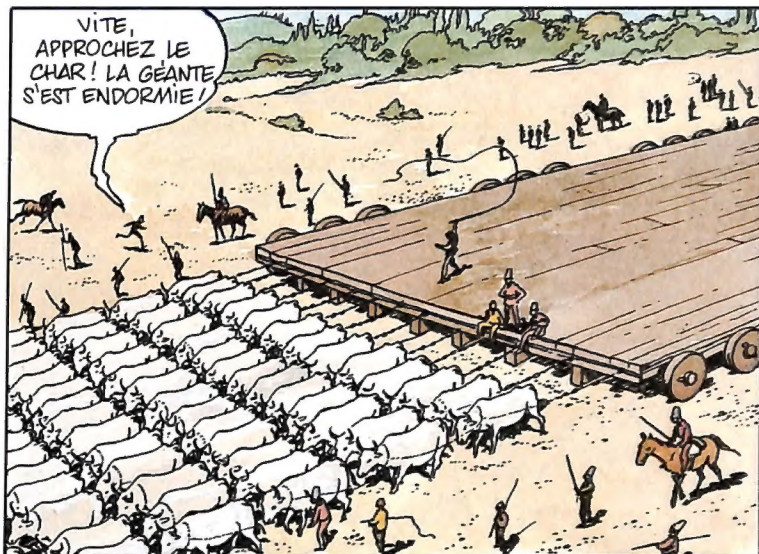
*Se regarder dans le miroir : qu'y a-t-il de plus féminin ? Les jeunes femmes de Manara, conscientes de leurs attraits, observent leur reflet pour se plaire et pour plaire aux autres.*

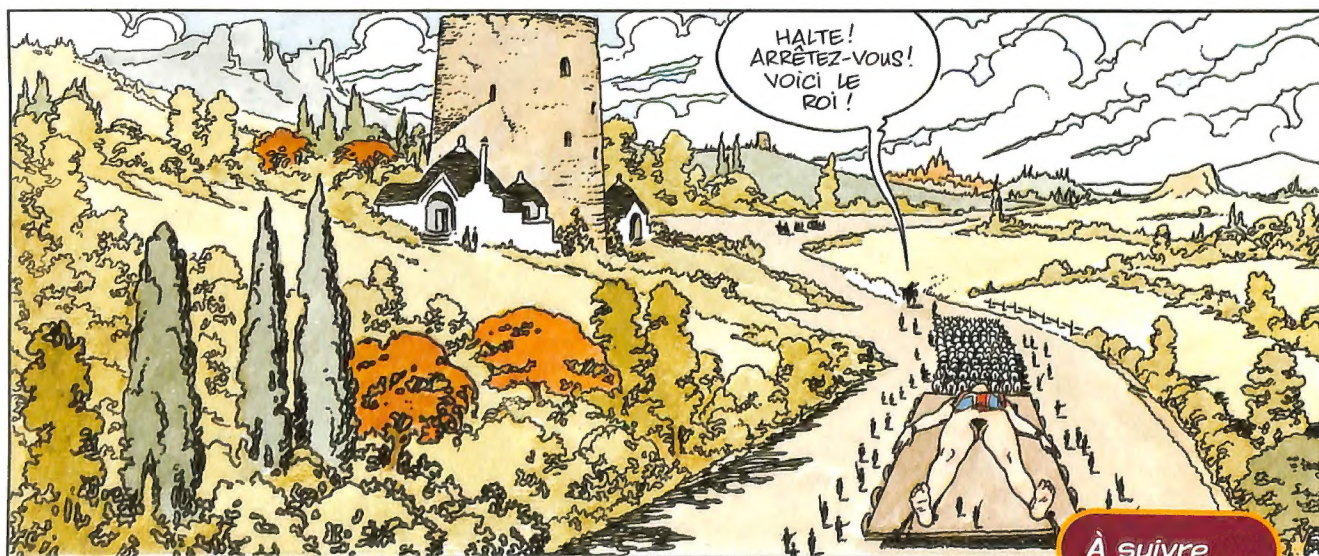
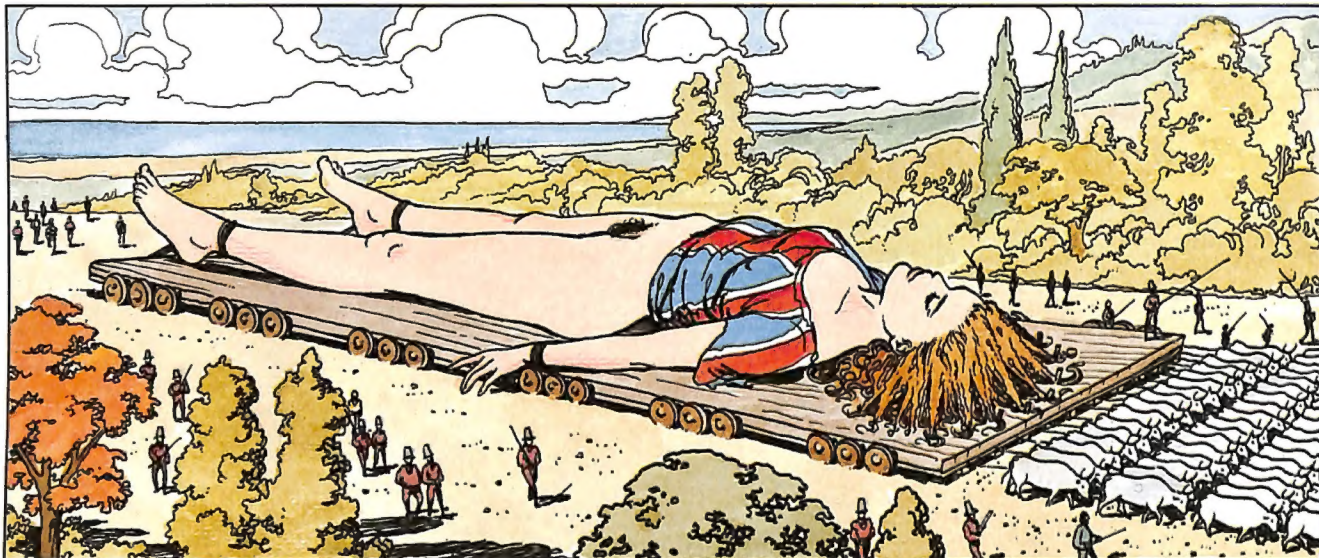
*Les femmes de Manara sont belles et jeunes, mais leur âge reste indéterminé.*



Milo Manara  
Gulliveriana







À suivre

elles comprennent les préoccupations des lectrices, leurs inquiétudes, leur tristesse et leurs rêves. Bien sûr, les lecteurs des bandes dessinées de Manara sont essentiellement des hommes, mais celui-ci ne conçoit pourtant pas ses œuvres uniquement pour eux. Il n'y a pas un point de vue masculin : un grand nombre de ses histoires ayant une âme plus féminine que masculine. C'est pour cela que le monde de la publicité a fait appel à Manara. Celui-ci a travaillé en particulier pour de grandes marques évoquant la beauté et le glamour. Ainsi, au cours des dernières années, le dessinateur italien a fait de plus en plus d'illustrations publicitaires. Pour Chanel, il a créé une campagne audacieuse pour le parfum N° 5, avec une jeune femme séduisante jouant le Petit Chaperon rouge. Il a de nouveau travaillé pour cette marque il y a peu de temps puisqu'il a illustré le catalogue des cosmétiques de la collection automne-hiver 2007/2008. Son travail élégant et raffiné se distingue des tendances actuelles de la publicité, agressives et tapageuses.

Manara apparaît comme une sorte d'antidote au déferlement d'images publicitaires et virtuelles, vantant la jeunesse et la perfection. Les femmes d'aujourd'hui deviennent folles à force de courir après un idéal de beauté, un idéal « global » qui

leur indique comment elles doivent être et se comporter. Beaucoup de ces prétendus modèles à suivre sont pour le moins pervers. Au lieu d'inventer, de breveter et de vendre un idéal dénaturé, Manara s'inspire des canons classiques. Ses jeunes filles ne cherchent pas à diriger les femmes de chair et de sang. Elles tentent au contraire de les comprendre et partagent leur grandeur et leur misère. Manara dessine des femmes telles qu'on peut en voir dans les rues du monde entier ; il ne dessine pas les femmes telles qu'elles devraient être. La jeunesse des filles de Manara a donc un caractère indéterminé. Mais est-ce là tout ce que le maître italien a à dire au sujet des différentes étapes de la vie ? Non. Manara adresse bien d'autres messages à ses lecteurs, en particulier aux jeunes. Dans ses bandes dessinées, il tente de leur montrer que leurs vies peuvent être différentes s'ils s'intéressent à la culture et s'instruisent, que cela soit à travers un livre, une chanson, un film... ou une bande dessinée. « Si quelqu'un est condamné à avoir une vie de merde, voudriez-vous en plus lui interdire toute distraction, même s'il s'agit de lire des bandes dessinées comme celle-ci ? » lance Giuseppe Bergman.

Des femmes jeunes entourées d'hommes d'âges divers. La beauté des femmes de Manara les séduit tous.



Lorsqu'il travaille pour la publicité, Manara préfère séduire le public en douceur, avec des images délicates et poétiques, plutôt que de jouer sur l'anxiété afin de le pousser à acheter. Tel est l'esprit de la campagne publicitaire qu'il a dessinée pour un parfum mythique.



# LES ŒUVRES COURTS MÉTRAGES

L'ESSOR DE LA BANDE DESSINÉE EN EUROPE, DANS LES ANNÉES 1970 ET 1980, EST LIÉ À L'APPARITION DE NOMBREUSES REVUES. CELLES-CI ONT PERMIS À DE JEUNES AUTEURS DE SE FAIRE CONNAÎTRE EN PUBLIANT DES HISTOIRES COURTES.

Le fait de pouvoir être publié facilement a donné la possibilité à de nouveaux auteurs de se roder et de se faire connaître du public, devenant ainsi peu à peu des professionnels à part entière. Si une série et un auteur étaient appréciés, l'éditeur n'hésitait pas longtemps avant de publier un album de l'artiste. Les histoires courtes constituaient une carte de visite permettant d'entrer dans le métier. Milo Manara a lui aussi débuté en dessinant des histoires courtes. En 1974, sa carrière a décollé grâce à la publication, dans *Il Corriere dei Ragazzi*, d'une bande dessinée écrite par Andrea Martelli ; elle s'intitulait *La Rivincita della morte*. L'histoire est celle d'un homme qui semble se moquer de la

|                                                                                                                                                                   |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Titre                                                                                                                                                             |
| Courts Métrages                                                                                                                                                   |
| Éditeur et année de publication                                                                                                                                   |
| Albin Michel, 1988                                                                                                                                                |
| Scénario                                                                                                                                                          |
| Milo Manara                                                                                                                                                       |
| Particularités                                                                                                                                                    |
| Séquent d'histoires courtes, dans l'esprit de Manara (voir aussi l'album <i>Le grand Casanova</i> et l'album <i>Le grand Casanova</i> de l'éditeur Albin Michel). |

mort ; mais celle-ci se moque de lui à son tour en le voyant vieillir. Dans cette œuvre, Manara n'a pas encore un style bien défini, mais c'est ainsi qu'il a commencé à apprendre les techniques de cet art : l'organisation de la page et de la vignette, l'emploi des moyens propres à la bande dessinée, l'utilisation des noirs, comme les onomatopées, et bien d'autres subtilités encore.



Le grand Casanova est constamment interrompu par une publicité pour une marque de couches. L'histoire intitulée *Reclame*, courte mais intense, est surréaliste – il ne pouvait en être autrement.



À gauche, « Petites fesses sèches ! Petites fesses sèches ! » répète une jeune femme, tel un robot. C'est la voix de la publicité pour les couches qui exaspère Casanova au plus haut point. À droite, vignettes de l'histoire John Lennon, dans laquelle Manara place le célèbre musicien aux portes du ciel.

Mais les histoires courtes en bandes dessinées ne servent pas seulement à l'apprentissage, de même que les courts-métrages pour le cinéma ou les contes pour la littérature. Elles ont une spécificité par rapport aux histoires longues qui fait qu'elles se prêtent bien à un certain type de récits.

Un certain nombre d'histoires courtes de Manara ont été réunies dans l'album *Courts Métrages*. On peut ainsi voir l'évolution du style de l'artiste, la variété des thèmes abordés et ses obsessions les plus personnelles. Dans *Réclame*, Manara critique vivement les pages de publicité qui viennent interrompre les films passant à la télévision. Dans ce récit, les personnages eux-mêmes se révoltent contre cette intrusion pernicieuse qui rompt le lien entre

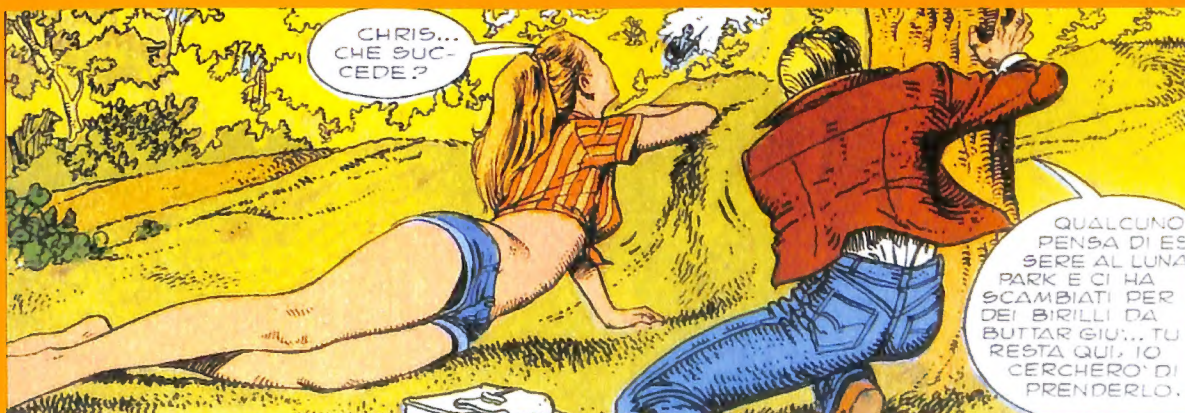
le cinéma et les spectateurs, tout cela se déroulant à travers un écran de télévision. Dans l'histoire courte *John Lennon*, Manara fait un clin d'œil à sa mythologie personnelle. En utilisant seulement deux pages, il rend hommage au musicien assassiné qui, une fois mort, réussit à redonner au ciel son harmonie naturelle. L'album aurait pu s'appeler *Acherontia atropos* (nom savant du sphinx tête de mort), car cette histoire se développe autour du tournage d'un court-métrage dont le thème est assez trouble. On trouve également dans *Courts Métrages* une histoire érotique, comportant des éléments imaginaires. Il s'agit de deux jeunes gens qui font une traversée alors que la mer est quelque peu déchaînée.



Casanova et la jeune femme de la publicité pour les couches décident de fuir. Mais où peuvent-ils fuir ? Le contrôle exercé par la télévision est presque total et il se révèle bien difficile d'y échapper.

Dans la série d'aventures Chris Lean, le personnage principal dessiné par Manara, un superpolicier intrépide aimant la vitesse et les femmes,

ressemble beaucoup à James Dean. Chris Lean annonce le grand aventurier que Manara a créé peu de temps après : Giuseppe Bergman.



# XENIA

## MYTHE OU RÉALITÉ ?

LES RÉGIONS MONTAGNEUSES OU COMPORTANT DES FORÊTS DENSES SONT SOUVENT RICHES DE LÉGENDES POPULAIRES SUR LES ÊTRES FANTASTIQUES QUI LES PEUPLERAIENT. CERTAINES FONT ENCORE PARTIE AUJOURD'HUI DU FOLKLORE ET CONSTITUENT UNE MYTHOLOGIE FANTASTIQUE.

Fabio Chiocchetti a écrit un livre sur les légendes des Dolomites dont Milo Manara est originaire (*Dolomites enchantées : contes populaires du Val di Fassa*), publié par l'Institut culturel ladin



Le regard de Xenia désarme les hommes. Elle n'a pas besoin de recourir à la magie pour séduire.

Majon di Fashegn. Dans le Musée ladin di Fassa, on peut voir une exposition permanente de certaines illustrations de Manara, à travers lesquelles il donne une interprétation du monde mythique des Dolomites. Sa vision des sorcières est bien sûr très différente de celle que l'on a coutume d'avoir : il ne s'agit pas ici d'êtres malveillants et laids. Les sorcières sont les héritières d'un savoir ancestral que les nouvelles civilisations ont enterré. Leur connaissance de la nature (elles savaient ainsi guérir toutes sortes de maladies et connaissaient le secret de certaines substances permettant d'avoir différentes perceptions de la réalité) a fait que les puissants les ont calomniées car à certaines époques, notamment au Moyen Âge, les gens avaient

**Xenia est forte et insoumise, mais aussi indépendante et intelligente.**

davantage confiance en elles qu'en ceux qui les gouvernaient. Xenia est l'une de ces belles sorcières savantes et intelligentes. Elle connaît des milliers de remèdes permettant de soigner n'importe quelle maladie. Elle peut également guérir les maux de l'âme. Xenia n'invoque pas le démon, mais elle sait que le mal existe. C'est pour cela qu'elle est forte et insoumise. Elle ne plie pas sous la tyrannie de l'homme, d'autant plus qu'elle sait que le fait d'être une femme est l'une des raisons qui font qu'elle est pourchassée. Xenia ensorcelle car elle connaît la méchanceté de l'homme et sa faiblesse. Si son regard désarme les hommes, ce n'est pas parce qu'elle a recours à la sorcellerie, mais parce que la beauté de ses yeux leur fait perdre la tête.



